

В.О. ЧЕРЕПАНОВА, канд.екон.наук, доц. кафедри організації виробництва та управління персоналом НТУ «ХПІ», Харків
І.С. ЛОКТІОНОВА, студентка, НТУ «ХПІ», Харків

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Запропоновано інноваційний підхід до рішення проблеми комерціалізації науково-дослідної діяльності підприємств різних форм власності

Ключові слова: підприємство, установа, інновація, інноваційні процеси, інноваційний підхід, науково-дослідна діяльність, науково-дослідна організація, результативність, ефективність, замовники

Вступ. В умовах інноваційного розвитку країн світу наука стає одним з найважливіших інструментів забезпечення економічного зростання як окремих суб'єктів господарювання, так і держави в цілому. Це пояснюється двома основними обставинами. По-перше, здатність генерувати і впроваджувати досягнення науково-технічного прогресу перетворюється в один з факторів забезпечення конкурентоспроможності як національної економіки в цілому у глобальному конкурентному середовищі, так і окремих товаровиробників на конкретних ринках. По-друге, в даний час наука сама по собі перетворилася на специфічну сферу товарного виробництва, яка виробляє дуже дорогий товар — об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ) [1].

Комерціалізація науково-дослідної діяльності — це відносини з приводу використання ОІВ в господарській практиці, які набувають чинності згідно з оформленими угодами щодо прав на об'єкти інтелектуальної власності як специфічного товару, виробленого на замовлення. Тобто, комерціалізація науково-дослідної діяльності є взаємовигідною дією всіх учасників процесу перетворення результатів інтелектуальної праці співробітників науково-дослідного підприємства у ринковий товар з метою отримання прибутку.

Постановка задачі. Незважаючи на всі позитивні тенденції стосовно розробки теоретико-методологічних засад управління інноваційного розвитку підприємств в Україні, залишаються невирішеними проблеми, які пов'язані з організацією та управлінням процесом комерціалізації науково-дослідної діяльності вітчизняних підприємств та установ в умовах світової фінансової кризи та нестабільності економічного розвитку країни. Тема дослідження є багатогранною та вимагає комплексного вирішення.

Питання організації, управління, маркетингу науково-дослідної діяльності в умовах ринкової економіки піднімали неодноразово провідні вітчизняні та зарубіжні вчені: Аньшин В.М., [1] Базилевич В.Д., Ільєнкова С.Д., Кам'янська О.В. та Чікіна О. [2], Кирик С.М. [3], Матковська Я.С. [4], Мухін О.П. [5], Фатхутдинов Р.А. [6] та ін. Але проблема проведення ефективної комерціалізації науково-дослідної діяльності досі є актуальною.

Результати дослідження. Результатом подальшого розвитку науково-технічного прогресу є створення науково-технічної продукції, до якої віднесено: науково-технічна документація (звіти, проекти, креслення, регламенти, нормативи, методики, програми і т.д.), результати закінчених фундаментальних і прикладних досліджень і розробок; експериментальні і дослідні зразки нової техніки (продукції); науково-технічні послуги (участь у налагоджувальні роботи, авторський нагляд при освоєнні та експлуатації нововведень, навчання персоналу споживача, науково-технічні, управлінські, фінансово-економічні консультації); інші результати наукової, інженерної та інформаційної діяльності, призначені для використання у виробництві, управлінні і плануванні (передача технології, експертиза і т.д.).

На підставі аналізу сучасних трактувань поняття науково-технічної продукції [1,3] встановлено наступне авторське визначення. *Науково-технічна продукція* – це інноваційний товар, який формується на основі одержаних фундаментальних чи практичних знань, має різноманітні форми, вимагає індивідуального підходу до побудови, має довготривалий інноваційний лаг й короткий життєвий цикл та підкорюється усім законам розвитку цільового ринку.

Ринок науково-технічної продукції характеризується такими особливостями; 1) має глобальний характер, оскільки існує велика ймовірність відсутності прямого ринкового конкурента в силу монополії інтелектуальної власності; 2) попит на науково-дослідну продукцію має вторинний, нееластичний та парний характер; 3) труднощі з прогнозуванням потенційного попиту на науково-технічну продукцію через ринкову невизначеність та інноваційну природу науково-технічної продукції; 4) велике розмаїття каналів, через які наука взаємодіє з галузями економіки та ін. [3]

Комерціалізація науково-дослідної діяльності в ринкових умовах вимагає від фахівців з менеджменту побудови процедури вибору, здійснення та оцінки результативності впровадження науково-технічної діяльності (НТД) (рисунок).

Одним із головних завдань управління науково-дослідною роботою є вибір ефективного каналу взаємодії наукової установи з галуззю економіки.

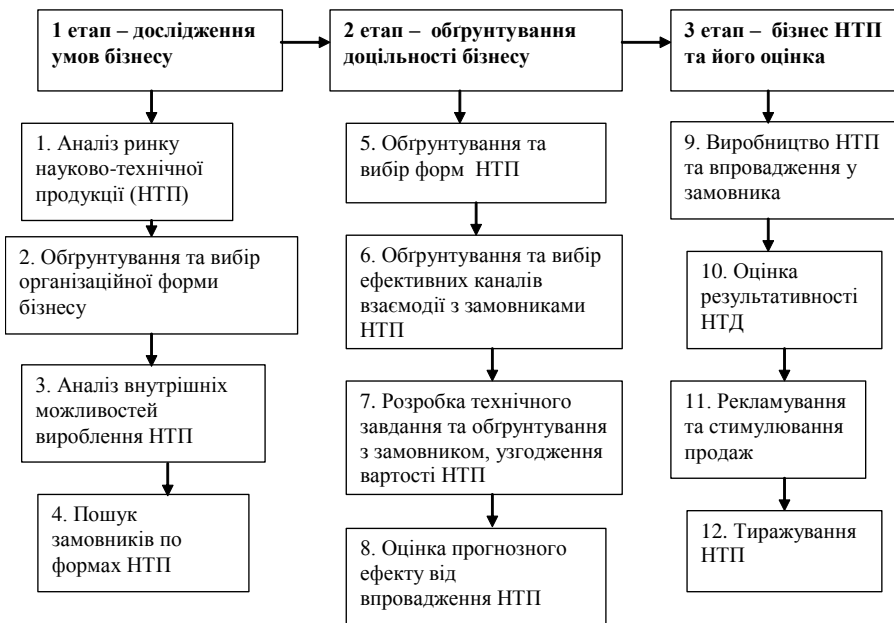


Рис. – Процедура комерціалізації науково-дослідної діяльності

У світовій практиці напрацьовано велике розмаїття каналів взаємовідносин між наукою та галуззю економіки, які поділено на дві групи – це інституційні та неінституційні форми. Інституційна форма передбачає утворення науково-дослідного підприємства, яке утворено державою або значна частина знаходиться у власності держави. Неінституційна організаційна форма здійснення такої взаємодії передбачає побудову комерційного підприємства приватної власності. В умовах недостатності державного фінансування науково-дослідних інститутів, які більшою частиною на сьогодні збанкрутували, стає актуальною проблемою розвитку приватних науково-дослідних підприємств. За критерієм впливу взаємовідносини поділяються на групи прямого та непрямого впливу. Неінституційна організаційна форма охоплює форми прямого впливу: а) ліцензування та інші дії з інтелектуальною власністю; б) навчання та підвищення кваліфікації працівників для фірм; в) дослідження на замовлення; г) спільні дослідження.

До непрямого впливу – а) конференції за участю науковців та промисловців;

б) спільне керівництво дисертаційними дослідженнями; в) спільні публікації;

г) створення мереж між науково-дослідницькими закладами та своїми колишніми аспірантами та студентами; д) підрозділи тиражування та передачі технологій [4].

Результативність науково-дослідної діяльності у випадку її комерціалізації пропонується оцінювати за такими критеріями, як: перспективність з наукової та комерційної діяльності; масштабність з комерційної діяльності; завершеність результатів; можливість тиражування. Коефіцієнт науково-дослідної результативності визначається як сума множини коефіцієнтів впливу та відносного підвищення *i*-го параметру в порівнянні з базовим значенням за кожним оцінюваним параметром.

Висновки. На підставі систематизації наукових праць відомих фахівців з питань організації та управління науково-дослідної роботи запропоновано інноваційний процес комерціалізації НТП. У подальшому дослідженні необхідно зосередитися на розгляді маркетингових особливостей науково-дослідної діяльності.

Список літератури: 1. *Аньшин В.М.* Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: Учеб. пособие /В.М. Аньшин, А.А. Дагаева. — 3-е изд., перераб., доп. — М.: Дело, 2007. — 584 с. 2. *Кам'янська О.В., Чікіна О.* Визначення комерційного потенціалу об'єктів інтелектуальної власності. — К.: НТУ «КПІ», 2010. 3 *Кирик С.М.* Доцільність маркетингового забезпечення комерціалізації науково-технічної продукції. — К.: НТУ «КПІ», 2011. 4. *Матковская, Я.С.* Институционализация коммерциализации инноваций в России как условие для инновационного прорыва [Текст] / Я.С.Матковская, Л.С.Шаховская // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. — 2010. —№ 24. — 4,6 п.л. / 1 п.л. 5. Коммерциализация научно-технических разработок [Текст] / [Учебно-практическое пособие] / [Мухин А.П., Арзамасцев Н.В., Ващенко В.П., Вершинин И.Д., Каганов и др.] — М.: АМИР, 2001. — 192 с. 6. *Фатхутдинов Р.А.* Инновационный менеджмент: Учебник для вузов./Р. А. Фатхутдинов.- 6-е изд., — СПб.: Питер, 2008. — 448 с.

Надійшла до редколегії 27.03.2013

УДК 338.45.621

Інноваційні процеси комерціалізації науково-дослідної діяльності підприємств / В.О. Черепанова, І.С. Локтіонова // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. — Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 22 (995) - С. 179-182. Бібліогр.: 6 назв.

Предложено инновационный подход к решению проблемы коммерциализации научно-исследовательской деятельности предприятий различных форм собственности

Ключевые слова: предприятие, учреждение, инновация, инновационные процессы, инновационный подход, научно-исследовательская деятельность, научно-исследовательская организация, результативность, эффективность, заказчики

An innovative approach to solving the problem of commercialization of research activities of enterprises of different ownership

Keywords: enterprise, institution, innovation, innovation processes, innovation approach, research and development, scientific research organization, effectiveness, efficiency, customers